

La sponsorizzazione nella Pubblica Amministrazione: definizioni, procedure, vantaggi.

0.0 Strumenti di funding per la P. A.

1.1 La sponsorizzazione:

leva strategica del mix di marketing
soggetti coinvolti
scenari/tipi di sponsorizzazione
profili giuridici

2.1 Vantaggi e rischi per la P.A.

2.2 Vantaggi e rischi per il garante
economico

3.0 Come si attiva la P.A.

4.0 Scenari futuri



“Il marketing sociale va ben oltre la “P” del marketing mix che sta per Promotion e include ogni altro elemento che consenta di raggiungere gli obiettivi di cambiamento sociale”
(Alan R. Andreasen)

0.0

Strumenti di funding per la P. A.



Cause related marketing



Partnership



Spazi pubblicitari



Donazioni



Crowdfunding

La sponsorizzazione: definizioni

Leva del marketing mix (Promotion) sia per le P.A., sia per le aziende.

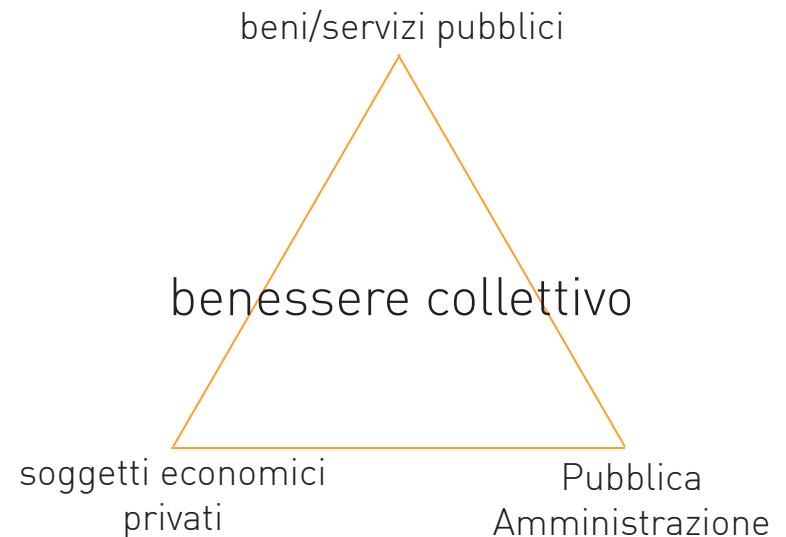
La sponsorizzazione è un'attività di comunicazione e di promozione attraverso la quale un soggetto fornisce un supporto a un'organizzazione, al fine di permettere a quest'ultima di realizzare il proprio progetto RIDUCENDO LA SPESA PREVISTA.

Plus Value

La sponsorizzazione realizza un RITORNO sull'investimento (ROI) misurabile per entrambi i soggetti coinvolti; infatti "fornisce un supporto al soggetto sponsorizzato e consente allo sponsor di valorizzare il proprio ruolo."

1.2

La sponsorizzazione: soggetti coinvolti



Soggetti coinvolti in un'attività di sponsorizzazione:

- SPONSOR: il garante economico
- SPONSEE: il soggetto sponsorizzato
- OGGETTO che beneficia della sponsorizzazione

1.3

Scenari d'impiego attuali e tipi di sponsorizzazione

Ambiti di utilizzo
della sponsorizzazione nelle P. A.

SPORT

es.: palazzetti dello sport

CULTURA

es.: restauri, manutenzioni di beni pubblici, teatri
musei

SOCIALE

es.: grandi eventi, riserve e parchi divertimenti

Diversi tipi di sponsorizzazione:

Title Sponsor

di solito è presente nelle sponsorizzazioni di palazzetti e
stadi comunali

Main Sponsor

di solito è presente nelle sponsorizzazioni delle opere di
manutenzione/ristrutturazione

Sponsor tecnico

è l'azienda che fornisce materiale tecnico all'evento
sponsorizzato

Sponsor Ufficiale

sponsor minore dell'evento/opera

Profili giuridici

Contratto atipico

Il contratto di sponsorizzazione è atipico, poichè **non è regolamentato** dal nostro codice giuridico.

Infatti non esiste un negozio giuridico che prevede l'acquisizione di risorse da parte della P.A., pertanto si opta per un "contratto passivo"; cioè **si affida l'intero processo di sponsorizzazione ad una società esterna** che comunque dovrà rapportarsi con la P.A.

2.1

Vantaggi e rischi per la P. A.

OPPORTUNITIES

- Più risorse economiche per manutenzione/ristrutturazione dei BENI PUBBLICI; per svolgimento/implementazione dei SERVIZI PUBBLICI.

- Sviluppo di nuove professionalità

THREADS

- “Cattive” sponsorizzazioni sono dannose per l’immagine della P. A.
- Principio del buon andamento della P. A.
- Mancanza di professionalità adeguate e competenze specifiche all’interno della P. A.; infatti, si ignorano possibilità di aumentare il budget tramite sponsor, spazi pubblicitari...

2.2

Vantaggi e rischi per lo sponsor

OPPORTUNITIES

- Associa il suo nome a quello di un bene/servizio pubblico “vicino” ai cittadini
- Lo sponsor è una forma di pubblicità indiretta; infatti, non viene percepito come “pubblicità” ma come “aiuto”.

THREADS

- Lo sponsee deve fare “quanto necessario” per divulgare il marchio dello sponsor (ai sensi dell’art. 43 della legge 449/1997)

3.0

Procedure di attivazione della P. A.

ANALISI PRELIMINARE

Quale progetto?
Qual è il target?
Quale tipo di sponsorizzazione è la migliore?

OFFERTA

Bandi di concorso o gare d'appalto (evidenza pubblica o trattativa privata); di solito, la ricerca di sponsor è eseguita da un'agenzia esterna

CONTRATTO

“Contratto passivo”
Bonus per il dirigente - 5% del risparmio
Bilancio per lo Stato - 65% del risparmio
Economia di bilancio dell'Amm. - 30% del risparmio

COERENZA tra il soggetto sponsorizzato e l'ente che sponsorizza

4.0

Scenari futuri

ISTRUZIONE



SANITA'



Sponsorizzazione
per lo svolgimento delle
attività pubbliche primarie

Sponsor tecnici, Sponsor ufficiali



Main Sponsor, Sponsor tecnici,
Sponsor ufficiali



La sponsorizzazione nella Pubblica Amministrazione: definizioni, procedure, vantaggi.

Grazie per l'attenzione.